

УДК 378.147

Д. Е. Федорова*Санкт-Петербургский государственный институт
кино и телевидения (Россия)*

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ КАК СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ КРИТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Возможности влияния масс-медиа на человека все более очевидны, особенно по отношению к детям. В связи с чем становится актуальной проблема развития медиаобразования аудитории с целью развития критического мышления и предотвращения возможного негативного влияния масс-медиа.

Media education is a means of developing critical thinking in the modern information space

Possibilities of mass media influence on humans are getting more and more evident especially in relation to children. In this context, the issues of media education of the audience aiming at development of critical thinking and prevention of potential negative influence of the mass are becoming really critical.

На рубеже XX и XXI веков произошла окончательная переориентация молодежной аудитории от печатного текста к аудиовизуальному. Огромную значимость для любого человека, а для молодого – особенно, приобрели средства массовой коммуникации, становясь средством восприятия, познания и освоения окружающего мира.

Масс-медиа сегодня представляют собой систему неформального образования и весьма существенно влияют на усвоение людьми всех возрастов широкого спектра социальных норм, на формирование ценностных ориентаций личности. Уровень развития каждого человека и прогресс общества в целом сегодня определяется умением получать жизненно важную информацию, анализировать ее и правильно использовать.

Возможности экранных медиа огромны, и эти возможности должны использоваться на благо людей. Однако иногда с их помощью может осуществляться так называемая информационная агрессия, то есть осознанное или неосознанное использование информации, направленное против интересов отдельной личности, человеческого сообщества. В современных условиях существует реальная опасность манипулирования сознанием и поведением целых народов [1, с. 15]. В этих условиях самыми незащищенными оказываются дети, и молодые люди: именно они существенно зависят от различного рода инфор-

мационно-психологических воздействий. Одна из причин этого – доверчивость в восприятии информации.

Под информационно-психологической безопасностью (ИПБ) понимается состояние защищенности граждан, отдельных групп и социальных слоев, массовых объединений людей и населения в целом от негативных информационно-психологических воздействий [6]. Для несовершеннолетней аудитории, не имеющей большого жизненного опыта, воздействие тревожной, негативной информации может иметь серьезные последствия, вызывая психоэмоциональную и социально-психологическую напряженность, искажение нравственных критериев и норм, морально-политическую дезориентацию и как следствие – неадекватное поведение. Поэтому в настоящее время актуальна проблема информационно-психологической безопасности всего общества, а детей – в особенности.

В современных городах контакты человека с медиа превышают одиннадцать часов в день, дети от 2 до 12 лет в среднем смотрят телевизор 25 часов в неделю [11, р. 13]. Согласно данным Национального союза семейных ассоциаций несовершеннолетняя аудитория ежегодно проводит в среднем 154 часа качественного времени (то есть периода бодрствования) с родителями и 850 часов – с учителями, в то время как на контакты с различными экранными медиа у детей отводится 1400 часов [9, р. 26]. Социологические исследования в России говорят о том, что 92 % горожан смотрят телевизор каждый день при продолжительности «телеконтактов» в среднем 4 часа [5].

В данном контексте многие эксперты отмечают общую тенденцию усиления развлекательной мотивации в обращении человека к культуре, информации, искусству. Так, например, И. Полуэхтова считает, что ко второй половине 1990-х годов обозначилась смысловая жанрово-тематическая структура телевизионного мира в России как телерелища, которое все в большей мере составляет повседневный образ мира массовых телезрителей. Телемир концентрируется вокруг ожидания ежедневных новостей, сериалов, телеигр, ток-шоу и приобретающих все большую популярность реалити-шоу. Важно, что большинство зрителей, предпочитающих подобные шоу, – молодые люди и подростки, которые обладают незначительными собственными социальными и культурными ресурсами (исключая наиболее образованную, успешную, состоятельную и потому уже более требовательную молодежь). Молодая аудитория с большой заинтересованностью ищет на экране игровые ситуации, сенсации, скандалы и откровенные сцены (ищет, можно сказать, игры – достижения, игры – нарушения), а также передачи по «мужским» и «женским» интересам, соответствующие образы половозрастной идентичности [5].

Медиа, являясь одним из важнейших источников социализации личности, отрывают людей от реальности, предлагая целую индустрию ощущений взамен полноценных отношений, а также готовые образцы мыслей и поступков. В. Зверева справедливо пишет, что телевидение рождает иллюзию прямого, доверительного контакта со зрителями: герои таких программ «приходят к телезрителю домой», обращаются к нему лично. В приватное домашнее пространство вторгается информация, принадлежащая «всем»; публичное вследствие самого способа обращения к человеку, сидящему перед экраном, делается персональным. Но наблюдается и встречное движение. Граница приватного и публичного размывается, возникают промежуточные формы коммуникации, складывается новый тип открытости человека. Его жизнь, спрятанная от глаз, и интимные переживания с большой легкостью способны стать предметом всеобщего обозрения, обсуждения [2].

Многие произведения масс-медиа не соответствуют требованиям информационной безопасности по подавляющему числу критериев: ценностно-смысловому, коммуникативному, поведенческому (право сильного оправдывает любые средства) и личностному. Не стоит говорить, какую негативную информацию для детской аудитории несут многочисленные медийные эротические эпизоды, сцены жестокости и насилия. Такого рода медиатексты, на наш взгляд, часто опасны как для физического и психического здоровья, так и для становления личности ребенка.

Безусловно, долг и обязанность взрослых, государства – оградить молодое поколение от влияния негативной информации путем разумного редактирования содержания передач. Такого рода ограничения есть в законодательствах многих цивилизованных стран, заботящихся о физическом, социальном, психологическом здоровье своих граждан. В частности, законы Великобритании требуют, чтобы «ничто не включалось в программы, что оказалось бы оскорбительным для хорошего вкуса или благопристойности или могло потворствовать либо побуждать к совершению преступления, или приводить к беспорядку, или оскорблять чувства публики» [3, с. 17]. Особое внимание придается содержанию программ передач, времени их показа, демонстрируемому в них поведению.

Мы понимаем, что без правового регулирования СМИ решить проблему информационной безопасности граждан, в особенности детей, нельзя. Однако мы также понимаем, что одними законами проблему не решить, особенно в России, где отношение к законам в лучшем случае информативное – знаем, но не выполняем... При этом нет смысла только ограждать детей и подростков от влияния медиа, более продуктивно дать им возможность принимать обоснованные решения относительно их собственной «информационной защиты». Необ-

ходимо создать такую ситуацию, при которой каждый человек смог бы оценить предлагаемую информацию и постарался бы противодействовать попыткам манипулирования.

Таким образом, становится очевидной необходимость развития критического мышления, но критического мышления не в смысле абсолютно негативного и все отрицающего. Речь идет о развитии умения ставить перед собой проблемы и вопросы, искать объяснение непонятных данных, анализировать медиатексты, оценивать их, правильно интерпретировать, находить скрытый смысл, выявлять манипулятивные возможности. А это посильно только медиакомпетентному человеку.

А здесь уже начинается сфера деятельности системы образования и семьи. Мы понимаем, что от системы образования, ее качества, ее концепции во многом зависит развитие всего общества. Огромное значение в этой связи приобретает такая специальная предметная область, как медиаобразование, которое «Российская педагогическая энциклопедия» трактует как направление в педагогике, выступающее за изучение школьниками и студентами «закономерностей массовой коммуникации (прессы, телевидения, радио, кино, видео и т. д.). Основные задачи медиаобразования: подготовить новое поколение к жизни в современных информационных условиях, к восприятию различной информации, научить человека понимать ее, осознавать последствия ее воздействия на психику, овладевать способами общения на основе невербальных форм коммуникации с помощью технических средств [4, с. 555].

Мы разделяем мнение влиятельного британского медиапедагога/исследователя Д. Букингэма о том, что «эпоха информационного общества» привела к появлению новой парадигмы медиаобразования, которое не начинается с представлений о том, что медиа обязательно и неизбежно вредны, или что молодые люди – просто пассивные жертвы влияния медиа. Напротив, медиаобразование все больше ставит в центр личность учащегося и начинается с опоры на существующие у него медийные знания и опыт, а не учебные требования преподавателей [8, р. 13]. Оно может эффективно применяться для того, чтобы нейтрализовать негативное воздействие на несовершеннолетнюю аудиторию, так как медиакомпетентная/медиаграмотная аудитория понимает, что:

«медиа транслируют идеи, информацию, новости с точки зрения каких-то людей;

- для эмоционального воздействия на публику используются специальные технологии; можно распознать эти технологии, понять, какого эффекта добивались создатели медиатекста и какого достигли;

- все медиатексты выгодны одним людям и не выгодны другим; можно задать, а иногда и ответить на вопросы о том, кому выгодно, кому – нет, почему?

Медиаграмотная аудитория:

- ищет альтернативные источники информации и развлечения;
- использует телевидение с пользой и для собственного удовольствия;
- не служит объектом манипуляции со стороны телевидения (в чьих либо интересах);
- составляет наиболее значительную часть своего общества.

Современное образование немислимо без использования информационных технологий и средств массовой коммуникации. Деятельность свыше 70 % взрослого населения мира, так или иначе, связана с созданием, переработкой и передачей медиатекстов. Свыше 90 % человечества являются активными потребителями массовой информации [7]. Но сегодня достаточно большой процент россиян фактически не готовы к полноценной жизни в информационном обществе, им не достает соответствующих знаний и умений в области медиаграмотности.

Безусловно, базовым умениям работы с информацией необходимо обучать еще со школы, причем мы убеждены, что это должна быть не разовая, а системная работа, способствующая не только интеллектуальному развитию личности, но и его информационно-психологической безопасности. Чем более образован человек в информационном обществе, чем полнее и целенаправленнее он обеспечивает себя информацией, тем адекватнее будет формируемый им образ реального мира, и тем лучше он сможет вписаться в окружающий мир.

Увы, несмотря на огромный потенциал использования медиа в образовании и воспитании, в практической деятельности они применяются достаточно редко, так как большинство педагогов-практиков не могут воспринимать медийную информацию на достаточно высоком уровне критического мышления, не владеют теорией и методикой медиаобразования.

С другой стороны, отмечается довольно большой процент учителей, работающих по традиционной системе, не учитывающей потребность современного общества в формировании самостоятельного критического мышления учащихся. В этой связи большое значение приобретает понимание необходимости, с одной стороны, повышения уровня медиаграмотности уже работающих педагогов, а с другой – изменение профессиональной подготовки студентов. В связи с чем возникает противоречие между необходимостью развития умений полноценного восприятия и анализа аудиовизуальных медиатекстов и недостаточной разработкой моделей и технологий включения медиаобразования в учебный процесс современной школы.

Список основных источников

1. Егозина, В. Смотреть нельзя запретить / В. Егозина, Н. Овчинников // Основы безопасности жизнедеятельности. – 2003. – № 54. – С. 15–18.
2. Зверева, В. Репрезентация и реальность / В. Зверева // Отечественные записки. – 2003. – № 4(13). – Режим доступа: <http://www.strana-oz.ru/2003/4/reprezentaciya-i-realnost>. – Дата доступа: 18.03.2015.
3. Князева, М. О жертвах времени неврозов и защитной функции духовности и культуры / М. Князева // Основы безопасности жизнедеятельности. – 2003. – № 3. – С. 22–26.
4. Медиаобразование // Российская педагогическая энциклопедия. Т. 1 / гл. ред. В. В. Давыдов. – М. : Большая российская энциклопедия, 1993. – С. 555.
5. Полуэхтова, И. Телеменю и телепотребление / И. Полуэхтова // Отечественные записки. – 2003. – № 4 – Режим доступа: <http://www.strana-oz.ru/2003/4/telemenyu-i-telepotreblenie>. – Дата доступа: 11.03.2015.
6. Проблемы информационно-психологической безопасности : сб. статей и материалов конференций / под ред. А. В. Брушлинского и В. Е. Лепского. – М. : Институт психологии РАН, 1996. – 100 с.
7. Федоров, А. В. Медиаобразование будущих педагогов : монография / А. В. Федоров. – Таганрог : Кучма, 2005. – 314 с.
8. Buckingham, D. (2003). Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture / D. Buckingham. – Cambridge, UK: Polity Press. – P. 13.
9. Frau-Meigs, D. Media Regulation, Self-Regulation and Education. In: Feilitzen, C. von, Carlsson, U. (Eds.). Promote or Protect? Perspectives on Media Literacy and Media Regulation. – Goteborg : The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, Nordicom, 2003. – P. 26.
10. Maslow, A. The Father Reaches of Human Nature / A. Maslow. – New York : Viking, 1971.
11. Semali, L. M. Literacy in Multimedia America / L. M. Semali. – New York-London : Falmer Press, 2000. – P. 13.